

就職活動に「情報力」
ブンナビ! bunnabi.jp
文化放送就職ナビ

× 読売新聞

新卒採用戦線
総括

2021

BUNKAHOSO
Career  Partners

株式会社 文化放送 キャリアパートナーズ

就職情報研究所

新卒採用戦線 総括2021 目次

No	区分	タイトル	企業	大学	学生	ページ
【1】市場動向						P.05
1	大学	就職ガイダンスの実施時期			●	P.06
2	大学	学生の就職ガイダンス参加動向			●	P.06
3	学生	キャリアセンターの活用			●	P.07
4	大学・学生	就職活動支援施策			●	P.07
5	学生	学生の就職環境認識			●	P.08
6	企業	新卒採用市場の認識	●			P.08
7	学生	就職を意識し始めた時期			●	P.09
8	学生	業界・企業研究の情報源			●	P.09
9	学生	志望企業決定時期			●	P.10
10	学生	企業規模へのこだわり			●	P.10
11	学生	就職活動で不安に感じていること			●	P.11
12	学生	就職活動で不安に感じていること(記述)			●	P.11
13	企業	採用予定数の増減			●	P.12
14	企業	採用予算の増減			●	P.12
15	企業	新卒採用における「量」と「質」の確保			●	P.13
16	企業	採用形態			●	P.13
17	企業	既卒者の扱い			●	P.14
18	企業	グローバル人材採用			●	P.14
19	企業	理工系学生の採用			●	P.15
20	企業	理工系専攻別ターゲット			●	P.15
21	企業	早期におけるプロモーション手法			●	P.16
22	企業	早期における直接接触機会			●	P.16
23	企業	求める能力要件			●	P.17
24	学生	学生がPRした力			●	P.17

【2】インターンシップ市場動向						P.18
1	学生	インターンシップを意識した時期			●	P.19
2	学生	インターンシップの情報源			●	P.19
3	学生	インターンシップへの参加目的			●	P.20
4	学生	印象に残ったインターンシッププログラム			●	P.20
5	学生	インターンシップ参加状況			●	P.21
6	学生	インターンシップ参加時期・期間			●	P.21
7	学生	インターンシップ選考の経験			●	P.22
8	学生	インターンシップと採用選考の認識			●	P.22
9	企業	インターンシップ実施時期・期間			●	P.23
10	企業	インターンシップPR方法			●	P.23
11	学生	インターンシップ参加企業への採用選考参加状況			●	P.24
12	学生	インターンシップ参加企業からの内定取得状況			●	P.24
13	企業	インターンシップと採用選考との関連			●	P.25
14	企業	22卒向けインターンシップ実施予定			●	P.25
15	大学	1dayインターンシップに対する認識			●	P.26
16	大学	大学側が評価するインターンシップ			●	P.26
17	企業	1dayインターンシップを実施する理由・メリット			●	P.27

【3】活動動向						P.28
1	学生	解禁前の就職活動推移			●	P.29
2	学生	解禁前の採用選考への参加			●	P.29
3	学生	プレエントリー・資料請求			●	P.30
4	企業	プレエントリー数の増減			●	P.30
5	企業	合同セミナーへの参画状況			●	P.31
6	企業・学生	合説タイプ以外のセミナー状況			●	P.31
7	学生	学内セミナーへの参加状況			●	P.32
8	企業	学内セミナーへの参画状況			●	P.32
9	大学	学内セミナー(学内合説)の実施状況			●	P.33
10	学生	セミナーへの参加状況			●	P.33
11	企業	会社説明会実施回数と参加学生数の増減			●	P.34
12	企業	会社説明会の形式と時期			●	P.34
13	学生	印象に残るセミナー			●	P.35
14	学生	OB・OG訪問への取り組み			●	P.35
15	学生	エントリーシート提出状況			●	P.36
16	企業	エントリーシート受付時期と増減			●	P.36
17	企業	選考方法			●	P.37
18	学生	一次面接への参加状況			●	P.37
19	学生	内定取得状況			●	P.38
20	企業	内定出しの時期			●	P.38

No	区分	タイトル	企業	大学	学生	ページ
21	学生	内定辞退状況			●	P.36
22	学生	魅力を感じた企業価値/仕事価値			●	P.37
23	企業	入社意思決定状況			●	P.37
24	企業	内定状況			●	P.38
25	学生	未内定学生の活動			●	P.38
26	学生	未内定学生への支援			●	P.39
27	企業	内定者フォロー・内定者教育			●	P.39
28	企業	学生が望む内定者フォロー			●	P.40
29	学生	受諾(予定)企業についての不安			●	P.40

【4】活動振り返り						P.44
1	企業	採用満足度			●	P.45
2	企業	内定学生についての感想			●	P.45
3	学生	就職活動に対する満足度			●	P.46
4	学生	大学名による就職格差			●	P.46
5	学生	不快に感じた企業の対応			●	P.47
6	学生	不快に感じた理由			●	P.47
7	学生	就活相談の相手			●	P.48
8	学生	就職活動の費用			●	P.48
9	学生	入社意思決定の参考情報源			●	P.49
10	大学	大学側が重視する情報源・企業情報			●	P.49
11	学生	入社意思決定の理由			●	P.50
12	大学	今年多かった学生相談			●	P.50
13	大学	今年増えた学生相談			●	P.51
14	大学	企業に対する要望と就職環境への所感			●	P.51

【5】注目トピックス						P.52
1	企業	通年採用の取り組み			●	P.53
2	企業・大学	通年採用拡大方針の評価			●	P.53
3	企業・大学	通年採用拡大を評価する理由			●	P.54
4	企業・大学	通年採用拡大を評価しない理由			●	P.54
5	企業	3年後の新卒採用予想			●	P.55
6	企業・大学	通年採用の課題・不安			●	P.55
7	企業・大学	通年採用の解釈			●	P.56
8	大学	キャリアセンターが今後取り組むべき課題			●	P.56
9	大学	低学年への支援体制			●	P.57
10	大学	保護者(父母会)に対する支援体制			●	P.57
11	学生	親の干渉			●	P.58
12	学生	学生が希望する親へのアプローチ			●	P.58
13	学生	新型コロナウイルスの影響:企業選びの視点の変化			●	P.59
14	学生	新型コロナウイルスの影響:企業を見るポイント			●	P.59
15	学生	新型コロナウイルスの影響:志望度や入社意思の変化			●	P.60
16	企業	コロナ禍の採用活動:オンライン選考の実施状況			●	P.60
17	企業	コロナ禍の採用活動:オンライン選考の段階			●	P.61
18	企業	コロナ禍の採用活動:3月~5月までの選考フロー			●	P.61
19	企業	Webセミナー:プラス・マイナス			●	P.62
20	企業	Webセミナー:実施したことによる変化と満足度			●	P.62
21	学生	Web面接の便利点と選考における良い点			●	P.63
22	大学	Web面接についての対策講座の実施状況			●	P.63
23	学生	Web面接での不安・困ったこと			●	P.64
24	企業	Web面接の課題			●	P.64
25	大学	Web面接についての学生からの相談			●	P.65
26	大学	オンライン化について就職支援の取り組み			●	P.65
27	大学	新卒採用オンライン化の許容範囲			●	P.66
28	大学	オンライン採用が進む際の期待する点			●	P.66
29	企業	対面面接とWeb面接との評価基準の変化			●	P.67
30	学生	オンライン選考で感じる「不足感」			●	P.67
31	学生・企業・大学	オンライン選考でのミスマッチ			●	P.68
32	学生	「就職活動全体」のオンライン化による不足感			●	P.68
33	企業	「就職活動全体」のオンライン化による不足感			●	P.69
34	大学	「就職活動全体」のオンライン化の懸念点			●	P.69
35	学生	対面機会が少ない中で内定承諾			●	P.70
36	学生	Web面接の注意点・後輩へのアドバイス			●	P.70
37	学生・企業・大学	新卒採用全体のオンライン化			●	P.71
38	企業	22卒採用のオンライン化の検討状況			●	P.71

■ 調査概要

No	調査対象	調査名称	回答数	調査期間
[1]	企業向け	企業採用動向調査	222社	2020年7月10日 ~ 2020年7月29日
[2]	大学向け	大学就職・キャリア支援活動調査	208校・216キャンパス	2020年7月10日 ~ 2020年7月28日
[3]	学生向け	学生就職活動調査	673名	2020年7月3日 ~ 2020年7月15日
[4]	学生向け	就職ブランド調査[前半]※	24,742名	2019年10月1日 ~ 2020年3月15日
[4]	学生向け	就職ブランド調査[後半]※	11,882名	2020年3月16日 ~ 2020年6月30日
[5]	学生向け	学生就活意識アンケート(月例)	延べ 7,643名	2019年6月から2020年7月まで全16回 毎月定期的に実施

■ 調査方法・調査主体[共通]

調査主体 (株)文化放送キャリアパートナーズ 就職情報研究所
調査方法 Webアンケート

※ブランド調査[4]のみ、調査方法は以下の通り

「ブンナビ」上でのWebアンケート、就職イベント会場での紙・アプリアンケート、就職雑誌同送ハガキアンケート

■ 回答詳細

[1] 企業採用動向調査

業種	比率
メーカー	56.1%
商社	7.2%
流通	4.9%
金融	6.3%
マスコミ	1.8%
情報・通信	7.2%
サービス	16.6%

業種	比率
100人から300人未満	3.6%
300人から500人未満	2.7%
500人から1,000人未満	9.4%
1,000人から3,000人未満	36.3%
3,000人から5,000人未満	11.2%
5,000人以上	36.8%

アイ・エス・ピー/あいおいニッセイ同和損害保険/あおぞら銀行/青山製作所/旭化成グループ/朝日生命保険相互会社/アシックス/芦森工業/アネスト岩田/アフラック/アマノ/アルパック/アルファシステムズ/アルプスアルパイン/出光興産/伊藤忠エネクス/イノアックコーポレーション/インテック/上村工業/ウシオ電機/宇徳/宇部興産/栄光/エーザイ/エムサービス/エスビー食品/荏原製作所/エフテック/遠藤製作所/オイス工業/オーケー/大阪ガス/大林組/岡三証券/沖電気工業/オムロングループ/オリエンタルランド/オリエントコーポレーション/花王/片倉工業/学研グループ/カネカ/兼松コミュニケーションズ/川金ホールディングス/関西ペイント/キッツ/キムラユニティ/キヤンマーケティングジャパン/九州電力/京三電機/共立メンテナンス/極東開発工業/クボタ/クラレ/グリーンハウスフーズ/ぐるなび/ゲオホールディングス/鴻池組/コーセー/コムテック/小森コーポレーション/サカタインクス/サカタのタネ/サッポロドラッグストアー/サニックス/沢井製薬/三菱石油/サンケイビル/三洋化成工業/三陽商会/サンヨー食品/四国電力/しまちゅう/主婦と生活社/ジョイフル本田/神鋼商事/スシローグローバルホールディングス/住友化学/住友金属鉱山/住友精化/住友電設/住友不動産/住友林業/セイコーエプソン/積水ハウス/石油資源開発/セントラルスポーツ/双日/象印マホービン/損害保険ジャパン/ダイキン工業/ダイセル/ダイデン/大同金属工業/太平電業/太平洋セメント/太陽誘電/大和ハウス工業/タムロン/千葉興業銀行/中央公論新社/中外製薬/中電シティー/イノムラ/帯人/テクノアソシエ/東亜合成/東急建設/東京海上日動火災保険/東京コンピュータサービス/東京製鋼/東京精密/東京建物/東京電力ホールディングス/東京ドーム/東宝/東邦ホールディングス/東洋建設/東レ/トエネック/トカイ/トクヤマ/戸田建設/豊田合成/豊田通商/トラスコ中山/ナカニシ/ニチ学館/日本ガイシ/日本化薬/日本コムシス/日本梱包運輸倉庫/日本製紙/日本特殊陶業/ニテック/ニフコ/日本板硝子/日本石油輸送/日本たばこ産業/日本電産グループ/日本電子/日本ロジテム/ネクステージ/博報堂プロダクツ/パッファロー/パナソニック/ハローディ/ハンダイ/東日本旅客鉄道/日立金属/富士ソフト/藤田観光/富士通ゼネラル/フジッコ/富士電機/フナサ/プロトコーポレーション/ベシヤ/ベルク/豊生/ブレーキ工業/北陸電力/ホンザキ/北海道コー・コーポドリング/北海道新聞社/北海道電力/北海道電力ネットワーク/丸井グループ/マルハニチロ/ミクシ/ミサワホーム/みずほ情報総研/三谷産業/三井住友信託銀行/三井物産/三井不動産/三井ホーム/ミツバ/三菱ケミカルエンジニアリング/三菱商事/三菱電機/三菱電機ビルテクノサービス/三菱日立パワーシステムズ/三菱マテリアル/ミツ星ベルト/ミカエンジニアリング/村田製作所/明電舎/ヤナセ/山崎製パン/雪印メグミルク/ユニバー/横河ブリッジホールディングスグループ/ライフコーポレーション/リーガルコーポレーション/リケン/リスのプラスチックグループ/ローム/ロック・フィールド/AGC/CSP/FUJII/GMOインターネット/GSユアサ/JALUX/JA三井リース/JVCケンウッド/KIRIN/KNT-CTホールディングス(近畿日本ツーリスト)/KSP/KYB/KYB-YS/NDS/NEC/NOK/NTN/Olympic/SBSホールディングス/SCREENホールディングス/SMBCコンシューマーファイナンス/SOMPOひまわり生命保険/TBK/The Okura Tokyo/TOTO

[2] 大学就職・キャリア支援活動調査

区分	比率
公立	10.6%
国立	17.1%
私立	72.2%

地域	比率
北海道・東北	12.5%
関東	45.8%
中部	11.6%
近畿	15.3%
中国・四国	6.5%
九州・沖縄	8.3%

愛知学院大学/愛知教育大学/愛知工業大学/青山学院大学/秋田県立大学/秋田公立美術大学/亜細亜大学/石巻専修大学/茨城大学/岩手県立大学/岩手大学/江戸川大学/桜美林大学/大阪観光大学/大阪工業大学/大阪商業大学/大阪市立大学/大阪電気通信大学/大阪府立大学/大谷大学/大妻女子大学/岡山商科大学/岡山理科大学/小樽商科大学/香川大学/学習院女子大学/鹿児島大学/神奈川工科大学/神奈川大学/神奈川大学/鹿屋体育大学/鎌倉女子大学/関西外国語大学/関西学院大学/関東学院大学/北見工業大学/吉備国際大学/岐阜大学/九州栄養福祉大学/九州共立大学/九州工業大学/九州国際大学/九州大学/京都工芸繊維大学/京都産業大学/京都女子大学/京都先端科学大学/共立女子大学/杏林大学/近畿大学/金城学院大学/創路公立大学/久留米工業大学/群馬県立女子大学/群馬大学/恵泉女子学園大学/工学院大学/皇學館大学/甲子園大学/高知大学/甲南女子大学/甲南大学/神戸学院大学/神戸芸術工科大学/神戸市外国語大学/神戸女子大学/神戸大学/公立千歳科学技術大学/國學院大学/国際教養大学/国士館大学/駒澤大学/佐賀大学/札幌学院大学/札幌市立大学/札幌大学/山陽学園大学/静岡産業大学/静岡大学/実践女子大学/島根大学/下関市立大学/淑徳大学/尚絅学院大学/城西大学/上智大学/湘南工科大学/昭和女子大学/昭和大学/白百合女子大学/信州大学/駿河台大学/聖学院大学/成蹊大学/成城大学/聖徳大学/西南学院大学/西武文理大学/摂南大学/専修大学/創価大学/大正大学/大東文化大学/高岡法科大学/高崎経済大学/高崎健康福祉大学/高崎商科大学/拓建大学/玉川大学/多摩大学/多摩美術大学/千葉科学大学/千葉大学/中央大学/中央大学/中部大学/都留文科大学/帝京大学/帝京平成大学/デジタルハリウッド大学/帝塚山学院大学/帝塚山大学/天理大学/東海学院大学/東海大学/東京経済大学/東京工科大学/東京国際大学/東京情報大学/東京女子体育大学/東京女子大学/東京都立大学/東京農業大学/東京未来大学/東京理科大学/東北芸術工科大学/東北工業大学/東洋英和女学院大学/東洋学園大学/東洋大学/徳島大学/常葉大学/獨協大学/豊田工業大学/長岡技術科学大学/長崎県立大学/長崎国際大学/名寄市立大学/奈良学園大学/奈良女子大学/新潟食料農業大学/新潟大学/二松学舎大学/日本工業大学/日本女子体育大学/日本女子大学/日本大学/日本福祉大学/白鴎大学/花園大学/一橋大学/弘前大学/広島女学院大学/広島市立大学/広島大学/フェリス学院大学/福井工業大学/福井大学/福岡教育大学/福岡県立大学/福岡女子大学/福岡大学/藤島大学/藤女子大学/佛光大学/文京学院大学/文教大学/法政大学/北星学園大学/北海学園大学/北海道大学/松山大学/三重大学/宮崎公立大学/武蔵大学/武蔵野音楽大学/室蘭工業大学/明海大学/明治大学/名城大学/明星大学/ものつり大学/山口大学/山梨学院大学/山梨県立大学/横浜国立大学/横浜市立大学/酪農学園大学/立教大学/立正大学/琉球大学/流通経済大学/ルーテル学院大学/和歌山大学/早稲田大学/和洋女子大学

[3] 学生就職活動調査

	文系	理系	総計
男性	26.0%	14.1%	40.1%
女性	49.8%	10.1%	59.9%
総計	75.8%	24.2%	100.0%

[4] 就職ブランド調査[前半]

	文系	理系	総計
男性	30.7%	8.0%	38.7%
女性	54.7%	6.6%	61.3%
総計	85.4%	14.6%	100.0%

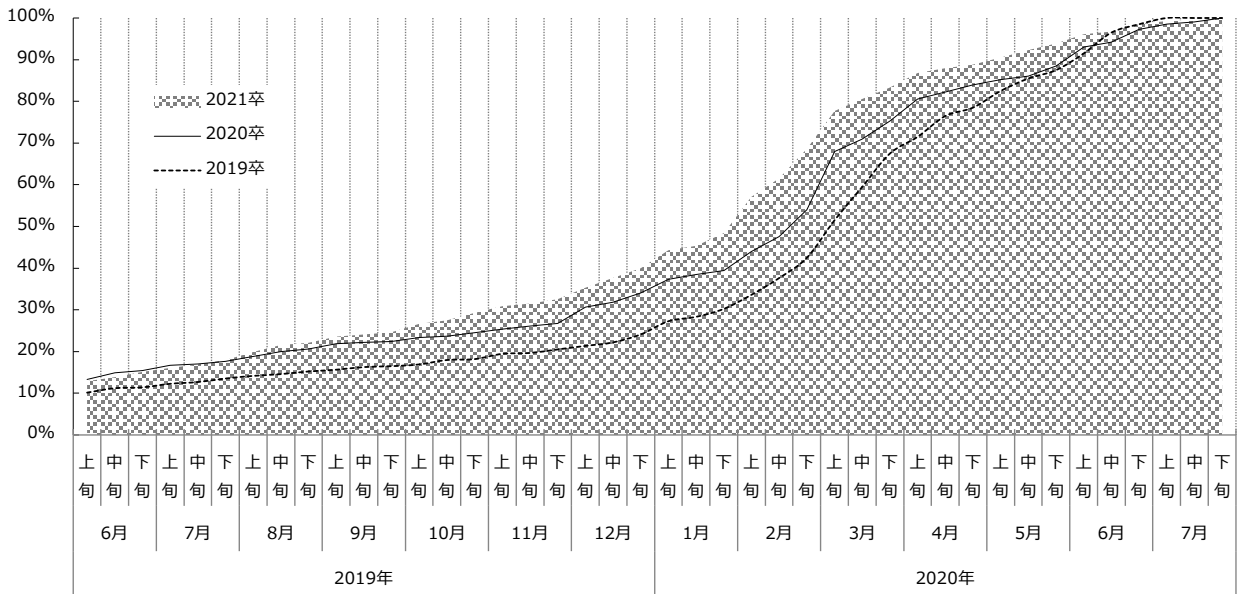
就職ブランド調査[後半]

	文系	理系	総計
男性	32.7%	9.4%	42.0%
女性	50.9%	7.0%	58.0%
総計	83.6%	16.4%	100.0%

【1】市場動向

2021

志望企業はいつごろ決めましたか？



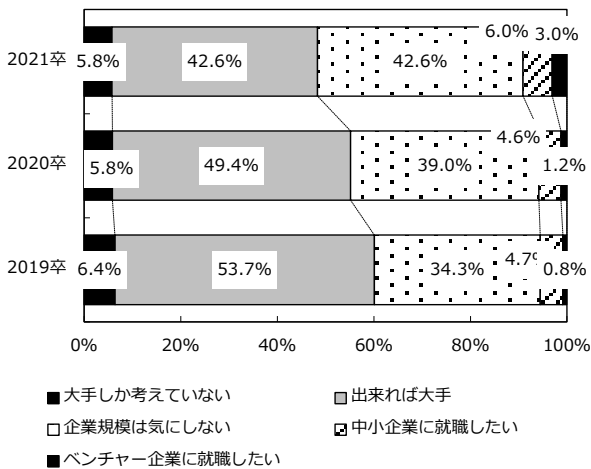
志望企業を決めるのは2月から3月

採用活動が早期化し、夏インターンシップも会社説明会のような内容が多いことから、秋から年末にかけて多くの学生が志望業界や企業を決めているのかと思われるが、実態はそうでもない。秋口から年末までに志望企業を決める学生はそれほど多くない。むしろ2月から3月が多い。この時期の会社説明会や合同説明会は企業にとって欠かせないものになる。

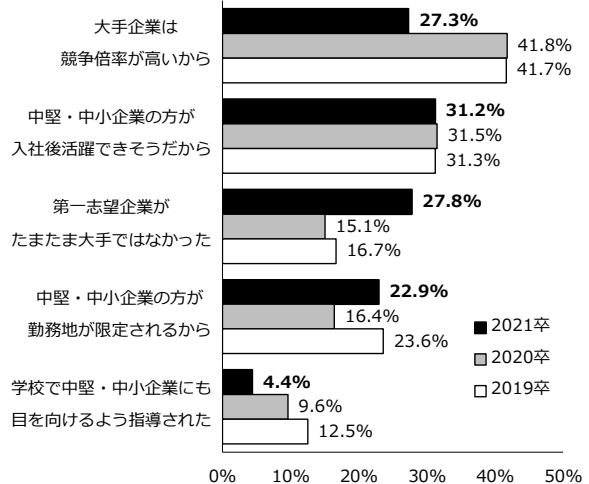
【学生】企業規模へのこだわり

あなたは就職先として大手企業にこだわりますか？

就職先として大手企業にこだわりますか？



「企業規模は気にしない」「中堅中小企業・ベンチャー企業に就職したい」を選択した理由



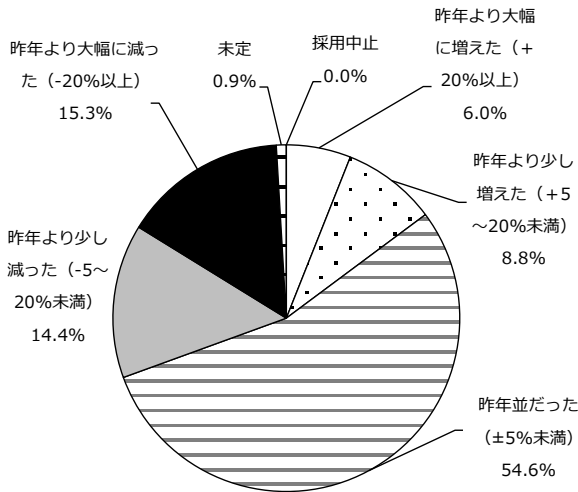
※(月例)学生アンケート 2020年3月上旬調査より

大企業志向やや後退

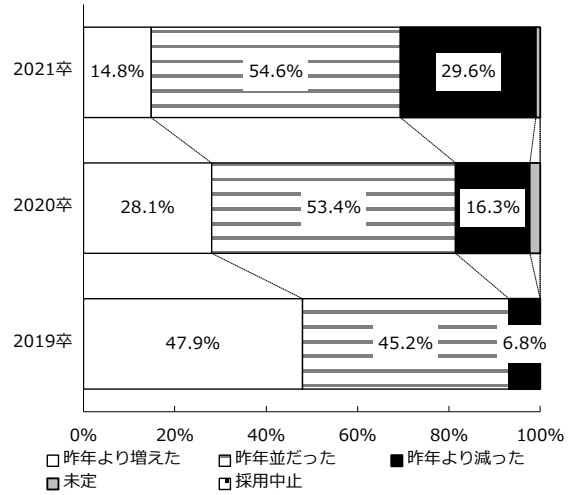
コロナの影響が出始めた頃の調査だったので多くの学生は、まだ就職環境は悪くないと思っていたのだろう。大手志向が5割もいる。やはり大手志向といってよいが、過去3年間の推移をみると毎年5ポイント後退している。注目は、数は少ないが、「ベンチャー企業に就職したい」という回答が、今年のはっきりと増えている。注目したい。

採用計画数の増減について、あてはまるものを1つお選びください。

採用予定数の増減



過去比較



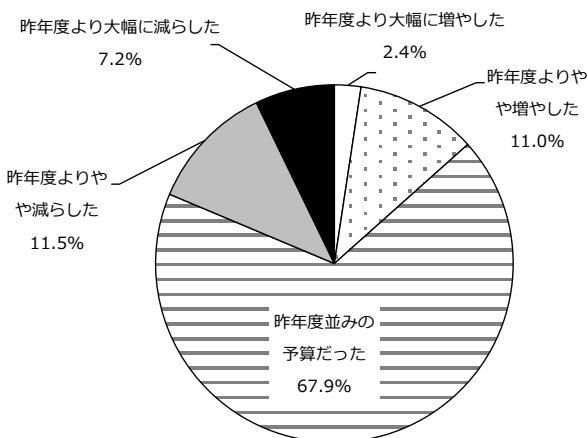
大幅採用減という企業が3割

コロナ感染が拡大し始めた時期、すでに多くの企業は面接段階に入っていた。それに、コロナによる業績への影響がまだ不透明だったこともあってか、過半数は昨年並みの採用計画を維持と回答した。しかし、コロナに敏感に反応した企業は「大幅採用減」と回答。すでに3割に達していた。コロナの影響は、22卒の採用計画にもっと大きく出てくることは必至だ。

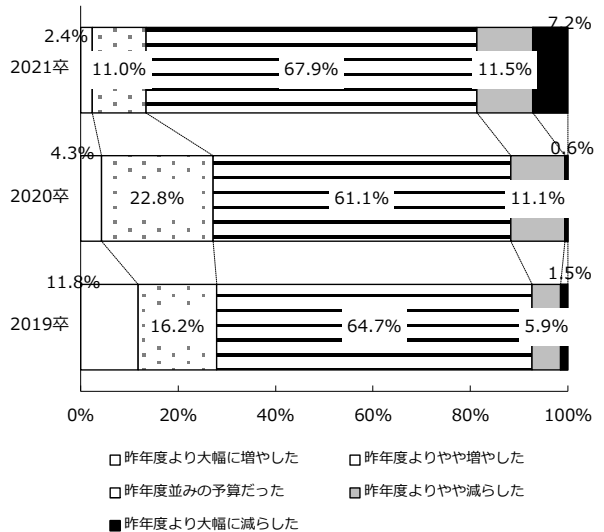
【企業】採用予算の増減

採用予算について、あてはまるものを1つお選びください。

採用予算の増減



過去比較



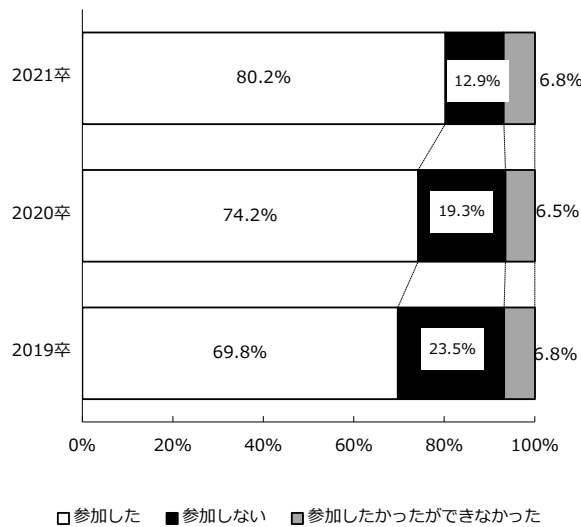
採用予算の増加は高止まり

採用ブーム、求人難ということで採用予算は増えてきていたが、今年は増えなかった。昨年まで増え続け、今年は「昨年並み」という企業が増えたことで高止まりになった。そのため、増えすぎた採用予算を見直し、減らす動きさえ見られた。コロナの影響は来年だろう。

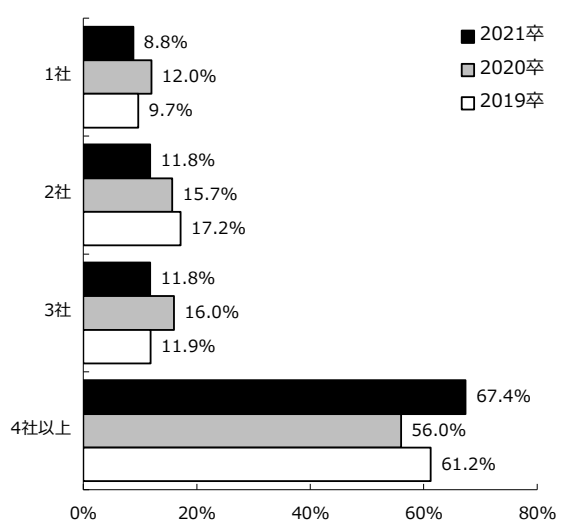
【2】 インターンシップ市場動向

企業のインターンシップに参加しましたか？
何社のインターンシップに参加しましたか？

企業のインターンシップに参加しましたか？



何社のインターンシップに参加しましたか？



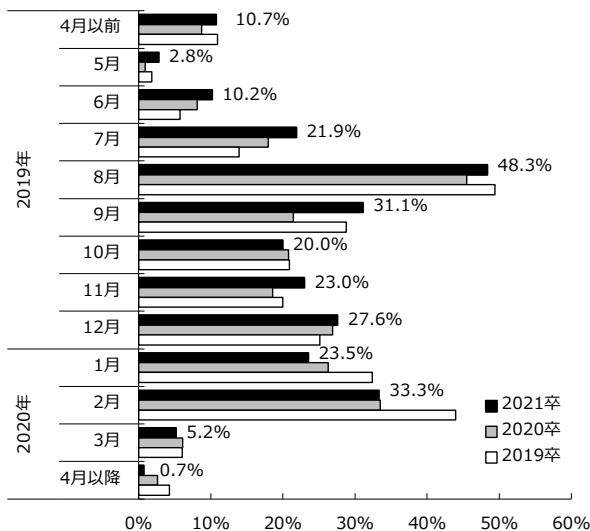
参加学生の3人に2人が「4社以上」のインターンシップに参加

「参加したかったができなかった」と回答する学生割合は、約7%で毎年ほぼ安定している。それ以外では、「参加しない」が年々減少し、「参加した」割合を増加させている。結果として、21年卒では8割を超える参加率となった(80.2%)。また、参加学生の3人に2人は、4社以上のインターンシップに参加。複数参加が当たり前になりつつある。

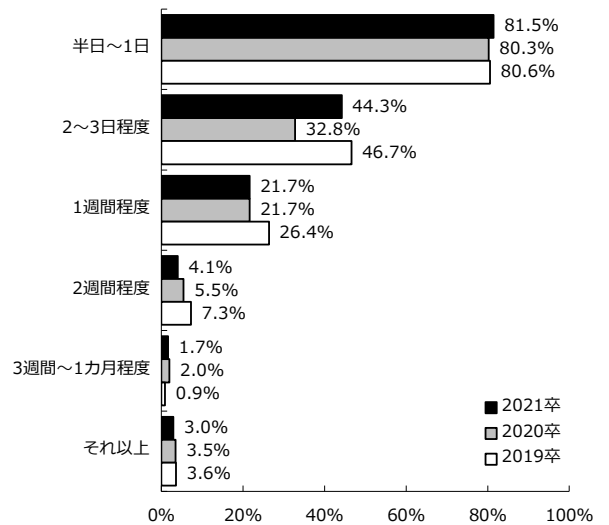
[学生] インターンシップ参加時期・期間

インターンシップに参加した時期を教えてください。
インターンシップに参加していた期間を教えてください。

参加した時期



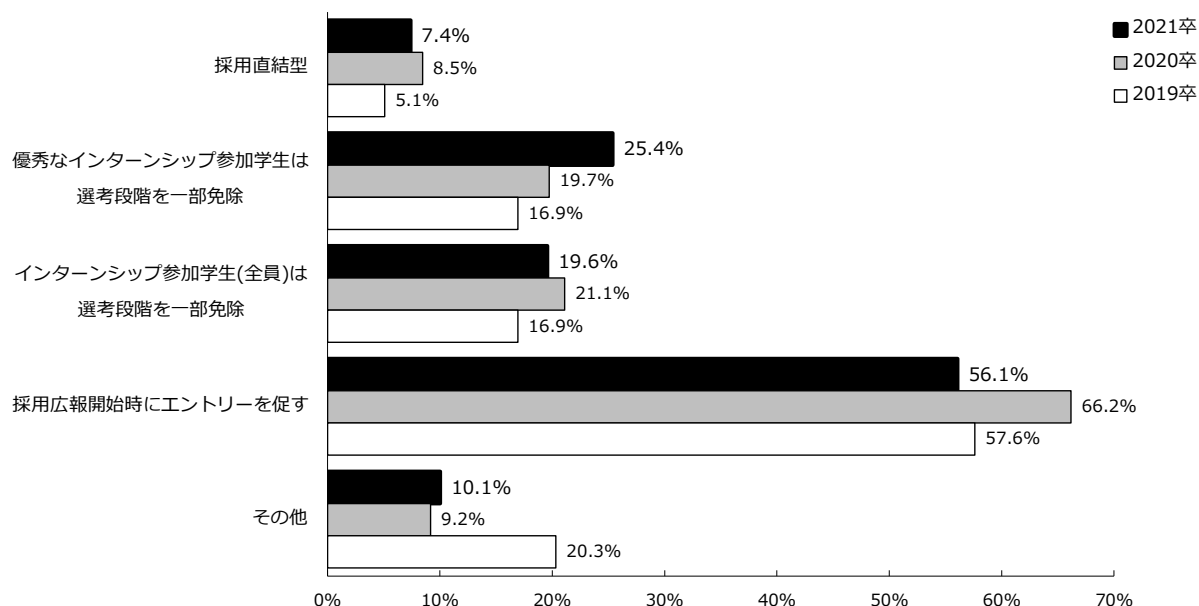
参加していた期間



7月以前の参加率は年々増加、年明け1月のみ減少傾向

ほとんどの時期で、前年と同等か上回る参加状況となっている。特に7月以前の増加が目立つ。しかし、年明け1月だけは減少傾向が続いている(19年卒32.4%、20年卒26.3%、21年卒23.5%)。この時期、インターン参加組を中心に、早期選考を行う企業が多えていることが、減少要因として考えられる。参加期間は、「半日～1日」が約8割強となった。

インターンシップと採用選考は関連させていますか。当てはまるものを全てお選びください。



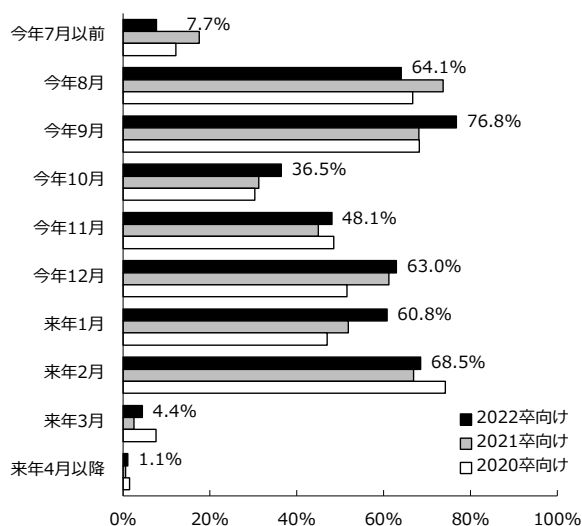
広報目的のインターンシップは減少、選考一部免除が増加

「採用直結型」は1割弱にとどまった。ターゲット学生を選考につなげていく「優秀なインターンシップ参加学生は選考段階を一部免除」が年々増加し、21年卒では約4社に1社がこの手法を導入している(25.4%)。一方で、「採用広報開始時にエントリーを促す」は10pt近くダウンした。買い手市場への移行で、広報の必要性が減少しているようだ。

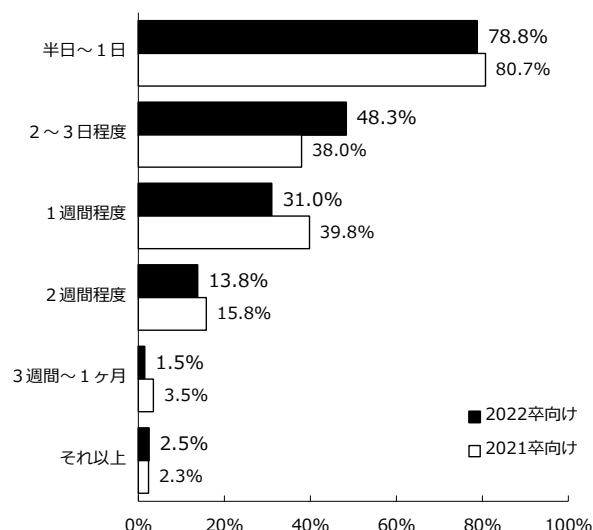
【企業】 22卒向けのインターンシップ実施予定

貴社の(主に22卒向け)インターンシップ実施予定について、当てはまるものを1つお選びください。
インターンシップの実施時期はいつごろですか。実施月、実施予定月を全てお選びください。

実施予定時期



実施予定期間



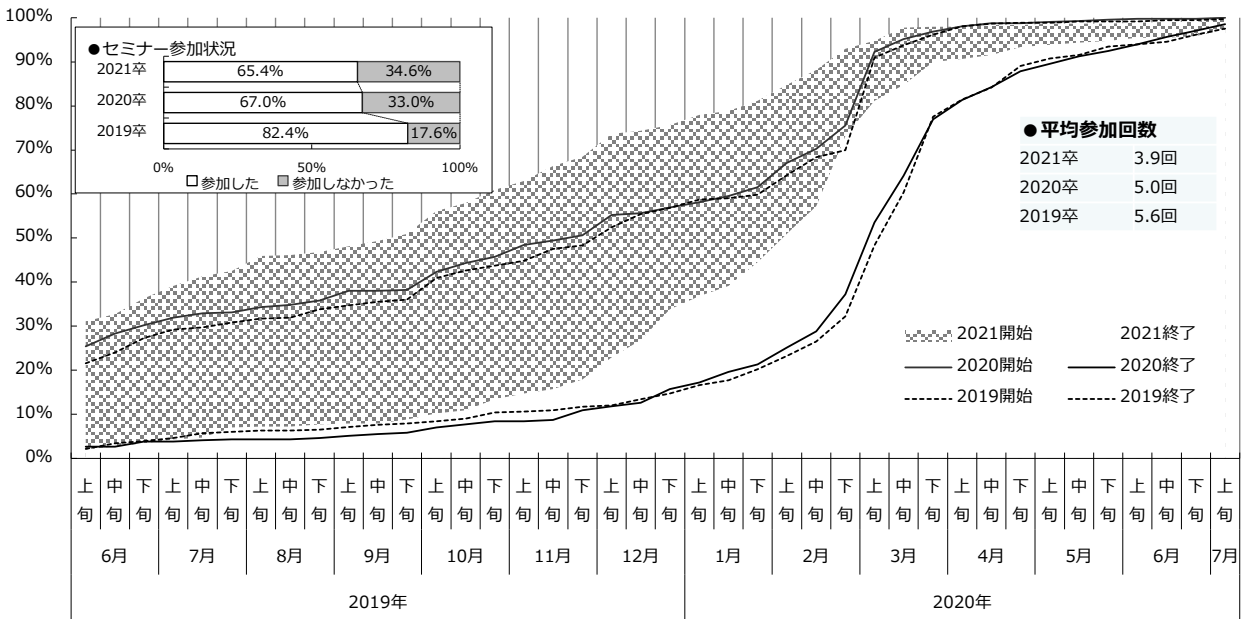
8月実施(予定)が減少、9月以降の増加が目立つ

8月実施(予定)の減少は、新型コロナの影響が大きい。21年卒採用の進捗が遅れるなかで、オンライン対応も視野に入れたインターンシッププログラムを設計するのは、スケジュール的に厳しかったと言える。前期授業が8月中旬までずれ込んだ大学への配慮もあるだろう。結果として、9月以降の実施増加が予想される。

【3】 活動動向

2021

大学内での企業セミナーに参加しましたか？
参加した方はいつごろ、何回程度参加しましたか？

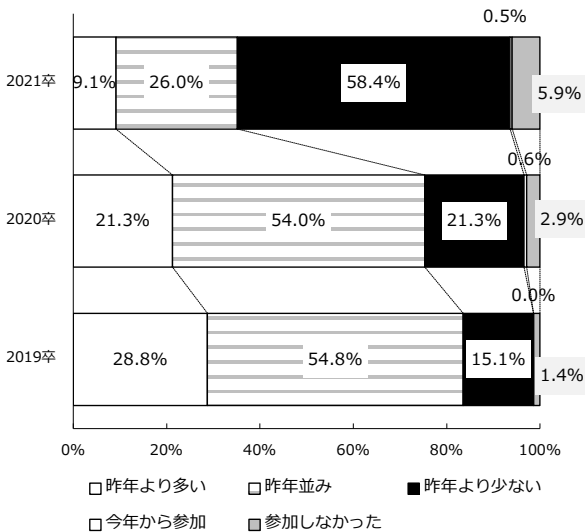


参加開始、参加終了のタイミングが大幅に早まる

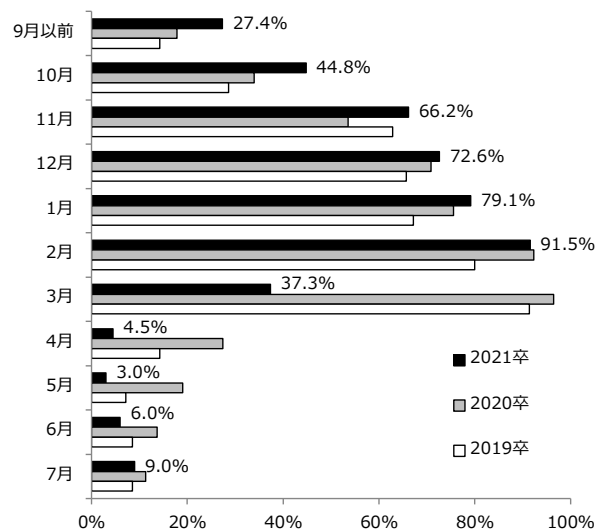
学内セミナーへの参加開始、参加終了が、ともに大きく早まっていることが分かる。新型コロナウイルスの影響が出始める2月以前から、この傾向は顕著だ。学生は前年よりも早いペースで学内セミナー参加フェーズを終え、次ステップに進んでいったようだ。参加率は65.4%、平均参加回数3.9回と、共に減少傾向が見られる。

学内セミナーへの参加校数増減、参加数、参加した時期をお教えてください。

学内セミナー参加校数の増減



参加した時期（複数選択）



年内の参画は前年より増加、3月以降は新型コロナで軒並み減少

企業の学内セミナー参画でも減少傾向が目立つ。「昨年より少ない」が約6割(58.4%)で、前年比37.1割減となった。時期別に見ると、年内の参加割合は前年を上回っているが、3月以降の減少が明確だ。合同セミナーだけでなく学内セミナーも、新型コロナによって中止を余儀なくされた影響が、数字に反映されている。

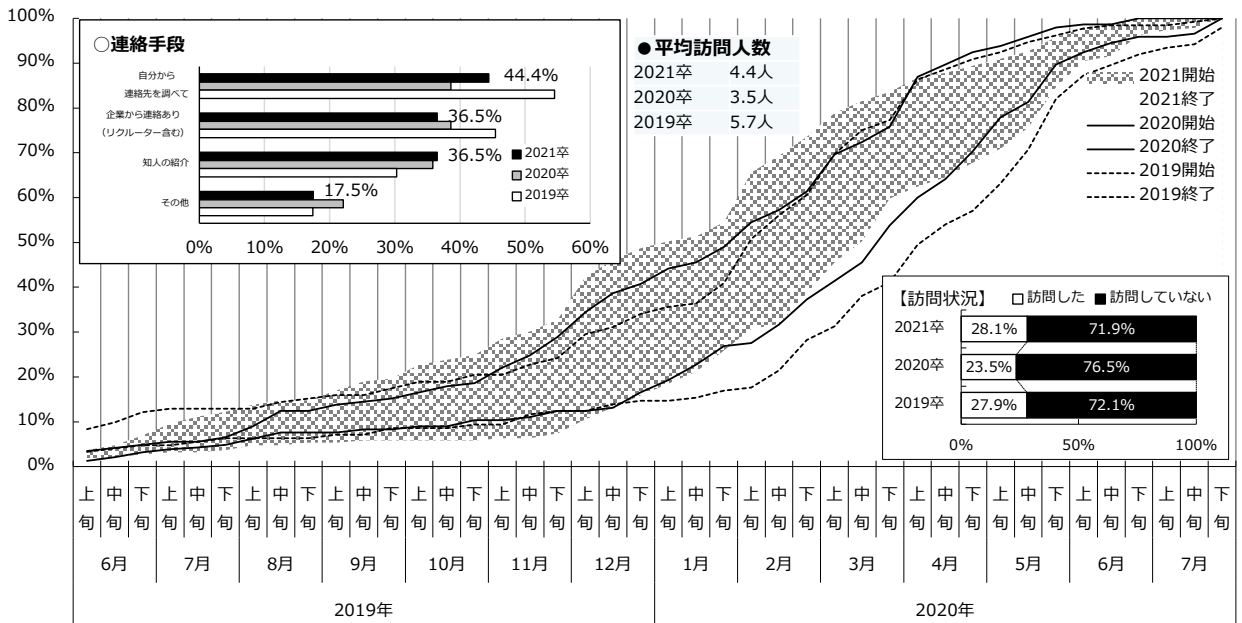
参加した企業のセミナーの中で、印象に残っているセミナーがあったら教えてください。

印象に残っているセミナー

- 「ロジカル就活」就活の軸を定量化する方法を教わった。(東大大学院・理系・女性)
- GDを企業担当者が採点してくれるセミナー(日本大学・文系・女性)
- IT業界での適性を調べる 営業やコンサル、エンジニアなどの(中央大学・理系・女性)
- Uターン希望者向けの合説は印象に残っています。関東にいながら地元の多くの企業と触れ合えるのはとてもいい機会でした。(法政大学・文系・女性)
- VR視聴キットプレゼントセミナー(中央大学・文系・男性)
- Web会社説明会のなかで個性的な自社のアピール映画のようなものを見せていただき、マンナリ化していた説明会の形式の中ですごく印象的だった。(東洋大学・文系・女性)
- インターンシップの中でオフィスを見て、実際に働いている現場を見れたこと。(関西大学・理系・女性)
- グループディスカッションのアドバイスやフィードバックくれた企業(千葉大学・文系・女性)
- スカウト制(奈良女子大学・理系・女性)
- セミナーに社長が登場して15分程度話してくれたこと。地方にもわざわざ短い時間でも作ってくれたことが印象的でした。(長崎大学・理系・男性)
- とある生保は2月頃にたくさんの種類のセミナーを開催していたので印象に残っています。特に、一般職のセミナーを一般職の職員の方のみで開催していたのがとても印象に残っています。他社のセミナーやインターンシップですと、一般職向けのものを用意している企業は少ないですし用意されている総合職の方が主体となって開催されていることが多いので、一般職の方のみで開催されているのはとても印象的でした。(白百合女子大学・文系・女性)
- ブライダル業界の説明会で、模擬挙式を見させていただいた。(ノートルダム清心女子大学・文系・女性)
- パンナビ提供のグループワークのセミナーがとても印象に残りました。実際に企業の方が来てくださり、どんな所を見ているかや、個人に対してまでアドバイスを下さりました。(明治大学・文系・男性)
- メイクをどのようにしたら良いかという講座(白百合女子大学・文系・女性)
- リーダーシップ研修。リーダーシップのある人が集められたせいで統率が取れないチームができた。(国士館大学・文系・女性)
- 悪い印象ですが、社員間の内輪ネタのようなものを言われて冷めました。(東京海洋大学・理系・女性)
- 異業種コラボセミナー(東洋大学・理系・男性)
- 会社を見る目養成セミナー(一橋大学・文系・女性)
- 会社説明会の後に、人事のひとと焼肉に行って、さまざまなお話をさせていただいたのが印象に残っている。(神戸学院大学・文系・男性)
- 会社説明会・グループワーク・自己分析の仕方や(参加前にWebで実施した)診断結果の見方・昼食時の社員さんとの会話・工場見学・社員さんとの座談会・今後の選考案内について全て1日で完結したセミナー(1dayインターンシップ)が印象に残った。(豊橋技術科学大学大学院・理系・男性)
- 企業側・学生側両者の事前情報無しスカウト選考型(東京理科大学・理系・女性)
- 金融の学校(損保業界対策セミナー)(上智大学・文系・女性)
- 現在在籍している社員以上の人数を新卒採用しようとしている企業のセミナー。その会社の社長が自らの話す時間をタイマーで決めていたが、そのタイマーを止めてからも話を続けており頭に入らなかった。(日本大学・文系・男性)
- 合同セミナー。コロナウイルスでほとんどのセミナーが中止になる中、対面で合同セミナーが行われたこと。(愛知県立大学大学院・理系・女性)
- 座談会形式のイベントが非常にためになりました。(立教大学・文系・女性)
- 自社製品を色々もらえた。マスクを配布してもらえ、不足していた時期だった為ありがたかった。(都留文科大学・文系・女性)
- 実際にロープレをしたインターン(西南学院大学・文系・男性)
- 女子キャリア 女子ならではの悩み等を解決(法政大学・文系・女性)
- 人事の方の目線からの評価基準。(日本大学・文系・男性)
- 人事担当者による模擬面接付きセミナー(慶應義塾大学・文系・女性)
- 人事部が行っていた、es、面接対策。内容が濃く、また一流企業の人事部目線のお話だったため、大変参考になった。(早稲田大学・文系・男性)
- 説明会の内容がそのまま面接で聞かれることがあった。どんなスライドショーだったかなど、本当に聞いていたかを試されたと思う。(日本大学・文系・女性)
- 選りすぐりの10社が集まって、学生と面談しマッチングするイベント。(高崎経済大学・文系・男性)
- 働き方改革セミナー(駒澤大学・文系・男性)
- 内定者が登壇し詳しく話せたセミナーが生の声や対策を聞いて勉強になった(立命館大学・文系・女性)
- 内定者に就活相談できる(神戸女学院大学・文系・女性)
- 複数Daysの課題解決型セミナーが印象に残っています。(京都市女子大学・文系・女性)
- 未経験の人でも分かりやすいように、クイズ形式で業務を教えた下さったセミナー(神戸女学院大学・文系・女性)
- 明るく気さくに話してくれ、就職活動のモチベーションをあげてくれた(日本大学・文系・男性)
- 面接の突破法を選考の進捗状況ごとに解説したセミナー(日本大学・文系・男性)
- 面接マナーなどを教えてくれた(関西学院大学・文系・女性)

[学生] OB・OG訪問への取り組み

OB・OG訪問をしましたか？した方はいつごろ、何人程度しましたか？



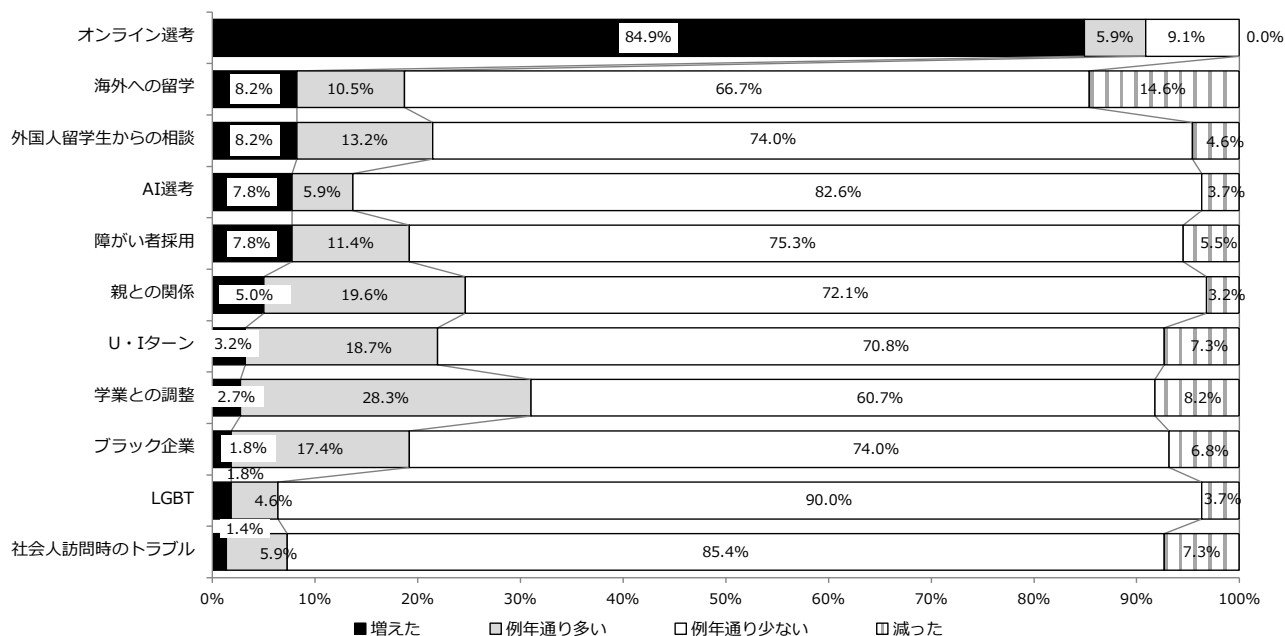
OB・OG訪問は微増、前年よりハイペースで進むが後半はスローペースに

訪問割合は28.1%で前年比4.6pt増、平均訪問人数も0.9人増加して4.4人となった。開始時期は、ほぼ一貫して前年を上回って推移しているが、3月以降は人との接触が制限されたため、開始も終了もスローペースとなった。開始時期の11月下旬～12月上旬(9.5pt増)と1月下旬～2月上旬(11.1pt増)に、顕著な伸びが確認できる。

【4】活動振り返り

2021

以下の項目について、昨年度と比較した相談状況を教えてください。



オンライン選考についての相談が激増

大学のキャリアセンターへの相談項目では、当然ながらオンライン選考についての相談が激増した。数年前から増えていたが、今年はコロナ回避ということであらゆる採用シーンで導入された。先輩の体験談もアドバイスも聞けないとあって、多くの学生はキャリアセンターに駆け込んだが、大学としても前例がないこととして学生とともに全力投球をしていたようだ。

[大学] 企業に対する要望と就職環境への所感

採用する企業側に対するご要望あるいは現在の就職採用環境についての所感をお願いします。

企業への要望・所感

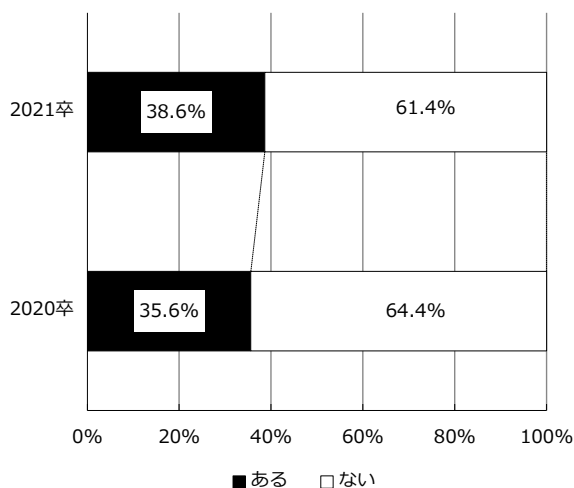
- 売り手市場の後退とともに採用側の力が強くなる傾向があると思いますが、オワハラや内定辞退者に対する厳しい態度をしないようにお願いしたい。(中部:私立)
- 大学名ではなく学生個人を見てもらいたい(関東:私立)
- 内定承諾はできれば10月までに待ってほしい。また、オワハラにあたるような対応は絶対にしないでほしい(中国・四国:私立)
- 日本型一括採用の見直し、同じような採用手法への疑問(近畿:私立)
- 新型コロナウイルスの影響により、採用動向の予測が難しいので、採用計画等の積極的な情報発信をお願いします。(関東:私立)
- 就職活動の長期化、極端に早い青田買い(かつての「種もみ買い」)の再来を懸念(近畿:私立)
- Web説明会・面接となり、一人で就職活動をする学生が増え、孤独感を感じていると思う。学生主体の採用スケジュールや採用方法を検討し、進めてほしい。(近畿:私立)
- お互いに厳しい状況だと思いますが、この状況だからこそ、サイレント等の曖昧な事はやめていただきたい。(九州・沖縄:私立)
- インターンシップと採用選考を切り離してほしい(関東:国立)
- WEB説明会など遠方からも参加できる機会が増えたことは良かった。しかしこれまでの合説による偶然の出会いや対面で話すことによる思いがけぬ縁もあると思うことなどから、WEB・対面双方がバランスよく活用される採用環境になることを望ましいと考える。(中国・四国:私立)
- 採用活動終了後に学生のフィードバックをしていただくとありがたいです。(近畿:私立)
- 長期採用計画に基づいて景気に大きく左右されない募集を出してほしい。(中部:私立)
- 地方在住学生の移動や選考の負担への配慮をお願いしたい。また、最終選考まで含めた選考のオンライン化をお願いしたい。(北海道・東北:公立)
- 内定率調査の結果で見えているよりも多くの学生が就職活動を継続しているため、長期的な採用活動の継続をお願いしたい。(北海道・東北:公立)
- オンライン・対面での選考を選ぶことができるような環境づくり。(近畿:国立)
- オンラインやAI選考が進む事によって、志望学生の評価点に変化が出るかもしれないや採用担当が志望学生の本質を見極める能力をしっかりと持つべきだと感じる。(中部:私立)
- 新型コロナウイルスの影響で、企業側も大学側もそれぞれ対応に苦慮している。今後情報交換などを通じて何か互いにとって気づきとなるような機会を設けていきたい。(関東:私立)
- 入社後の教育システムやキャリア・ビジョンについてより具体的な情報を発信して欲しい。就職採用環境に関しては地方の優秀な中小企業が人手不足に喘いでいる状況が緩和される事を期待したい。(中部:私立)
- 学業優先を尊重いただき、過度な早期化に偏らないようお願いしたい。(近畿:公立)
- 景気によって採用数を大幅に増減せず毎年安定した採用を行い、卒業年次における差が大きくなりすぎないよう配慮いただきたいと思います(近畿:私立)
- 新型コロナの影響で移動が困難な学生(特に地方大学の学生)への配慮を要望したい。(中国・四国:国立)
- 企業によっては対面でのみの選考活動をしており、新型コロナウイルスの影響で参加できない学生もいますので、オンラインでの対応可能企業が増えてほしいです。(北海道・東北:私立)
- 女子学生に人気のホスピタリティ業界の採用が中止になっているので、再開になることを望む。(関東:私立)
- 採用担当者のスキルの低さを感じる場合があります。WEBに面談の中で面接の様子を録音する学生があり、それを共有されるようになってからは特に感じるようになりました(関東:私立)
- 採用活動を継続しているのか。採用職種、採用人数など採用計画を更新・開示して欲しい(中部:国立)
- コロナ禍の中での採用活動で内定取り消し等、学生に不利益な扱いは絶対にやめてほしい。(北海道・東北:国立)
- 選考結果について回答に時間がかり過ぎたり(1か月以上連絡なし)、サイレント(回答なし)などの対応はやめて欲しい。(中部:私立)
- 奇しくもオンライン化が進んだことにより機会均等が拡大したので、多くの学生にチャンスを与えて頂きたい。(北海道・東北:私立)
- 外国人留学生の採用枠を広げていただきたい。(関東:私立)
- 21卒については、オンライン面談のみで内定を得て、リアルでの接触が一度もない学生が少なからずいると認識しています。そのような学生には可能であれば入社までに企業訪問などのフォローをお願いしたいと思っております。(関東:私立)

【5】 注目トピックス

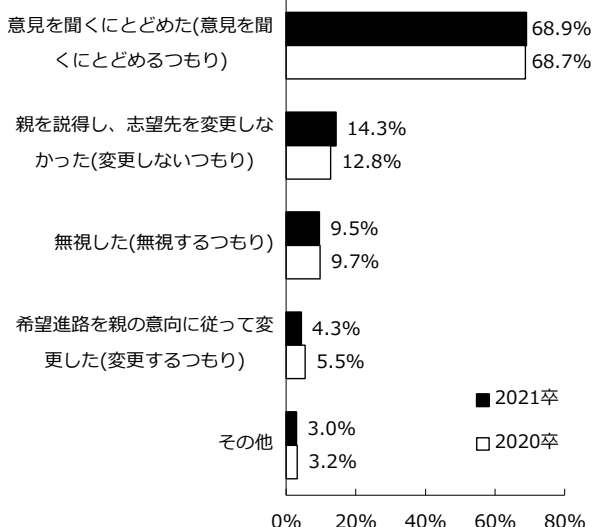
2021

志望先について、親から干渉されたことはありますか。
親に干渉されたとき、あなたはどのようにしましたか(またはどうするつもりですか)。

親に干渉された経験



干渉されたときの対応

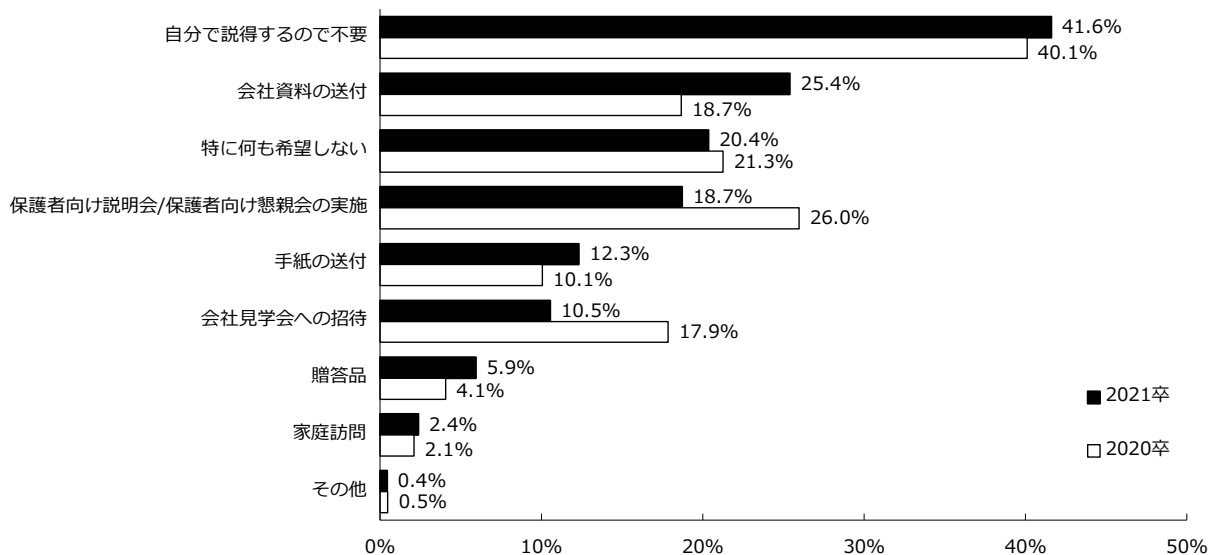


親からの干渉は約4割で、約7割は意見を聞くにとどめる

就活生の強い味方の親。しかしアドバイスのつもりでも、学生からすると干渉として捉えられてしまうことも。ここ数年は親が子の就活に対しても積極的と聞けるが、実際に干渉された経験がある割合は約4割。その際の対応も説得したり、意見を聞き流すなど、自身の考えを変えるケースはごく少数のようだ。

【学生】 学生が希望する親へのアプローチ

日々定先への就職について、親に反対された場合、企業にとってもらいたい対応を教えてください

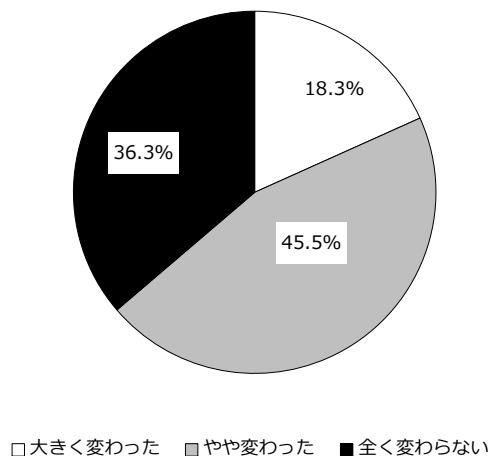


自分で説得する傾向だが、企業からの安心材料も必要か

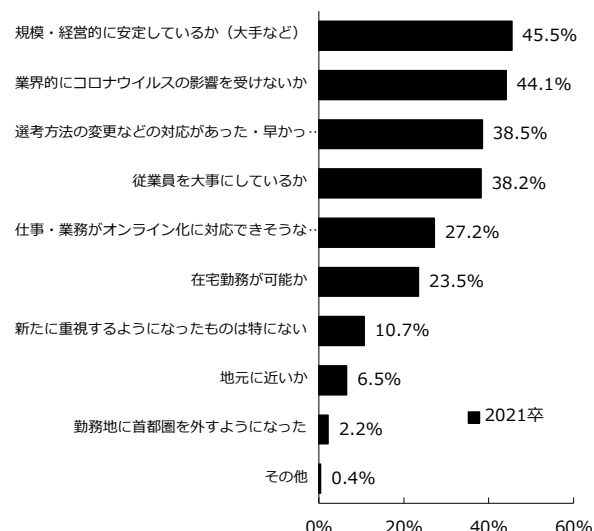
近年、親の賛同は企業からしても重要なテーマとなりつつある。多くの学生は自分で親を説得する意思があるものの、その割合は4割程度。企業の資料や手紙などを送付してほしいという回答が伸びていることから、親が企業を理解し、安心感与えるための“材料”を必要としている傾向のようだ。

新型コロナウイルスの影響を受けて、企業選びの視点は変わりましたか。
 コロナウイルスの影響を受けて、企業選びで"新たに"重視するようになったものを選んでください。

企業選びの視点



“新たに” 重視するようになったもの

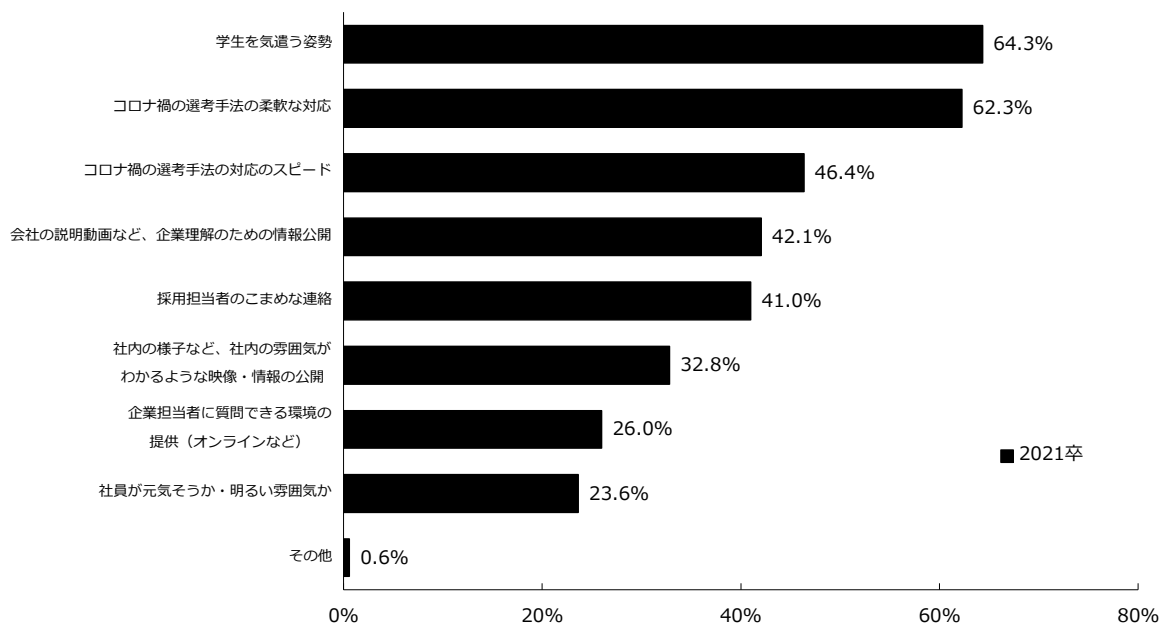


企業を見る視点を変えた学生が7割

21年卒の就活では、コロナ発生から拡大時期が就活の時期と重なり、多くの企業が採用計画を見直したり、活動を延期・中止したりした。そうした激しい環境変化の中で学生たちの企業を見る視点は、「大きく(やや)変わった」が7割近くもいた。志望先企業の事業内容や将来性、コロナへの対応策など企業選びの視点を見直す学生が多かったようだ。

【学生】新型コロナウイルスの影響：企業を見るポイント

コロナ禍で対面機会が減る中で、企業を見る際に重要だと感じるのはどのようなことですか。



「選考手法の柔軟な対応」を求める声が多い

コロナ禍の中で採用活動をする企業に対する学生からの要望。応募する学生への気遣いも強く要望されている。コロナ回避のために導入されたオンライン採用も肯定的に受け止められているが「選考手法の柔軟な対応」ということではすべてオンラインでなく対面型の面接も考慮してほしいという声が多かった。

就職・採用の最新情報 無料メールニュース

文化放送キャリアパートナーズでは、採用・就職に関するコラムと最新情報をお届けする無料メールニュースを、隔週火曜日に発行しています。現在4,800名を超える企業採用・大学就職部のご担当者さまに配信中。ぜひこのメールニュースにご参加ください。

お申し込みはこちらから

<https://www.careerpartners.co.jp/contact/magazine/>



採用・就職の課題について、お聞かせください。

【お問い合わせ先】

HR戦略事業本部 企業マーケティング部・キャリア支援部

TEL: 03-5776-3210 E-mail: sales@careerpartners.co.jp

<https://www.careerpartners.co.jp/>

新卒採用戦線
総括
2021

新卒採用戦線 総括2021

2020年9月18日 第1刷発行

代表者 / 平田真人

発行 / 就職情報研究所 所長 平野恵子・顧問 夏目孝吉

編集 / HR戦略事業本部 メディア・システム部 間宮康之・加藤昌子・高野映子・吉田慶子・林大智

 **Career Partners**
株式会社 文化放送 キャリアパートナーズ

【お問い合わせ】株式会社文化放送キャリアパートナーズ 就職情報研究所
〒105-0022 東京都港区海岸1-11-1 ニューピア竹芝ノースタワー16F
<https://www.careerpartners.co.jp/laboratory/>



当社は、一般財団法人日本情報経済社会推進協会より、個人情報の適切な取り扱いをしている事業者に付与される「プライバシーマーク」の使用認定を受けております。